

Colauto: 'Sommige retailers zijn te laat met kiezen'

30-04-2015 10:42

Veel retailers worden momenteel gedwongen een keuze te maken in een markt die terugloopt. "Dat vind ik wel een beetje zorgelijk, want misschien ga je gehaast keuzes maken", zegt ceo Giovanni Colauto van de Bijenkorf. "Een aantal retailers is te laat met kiezen."

Er zijn volgens Colauto goede opties voor retailers bij het maken van keuzes. Daarbij moeten ze zich afvragen waarin ze bijzonder willen zijn, stelt hij in gesprek met ABN AMRO. "Een grote speler, met flagshipstores, een categorykiller als Decathlon, of een valueretailer zoals Primark?"

Ook in nichemarkten liggen volgens de ceo nog voldoende kansen, zolang de retailer echt iets kan toevoegen. "Ik ken in Utrecht een zaak waar alleen maar mobiele telefoons gerepareerd worden, loopt heel goed." Kernpunten zijn volgens hem goed advies en een mooi verbouwde winkel 'die niet inwisselbaar is'.

De Bijenkorf zelf koos er twee jaar terug voor om vijf vestigingen te sluiten, die te klein waren voor de positionering die de warenhuisketen nastreeft. In alle winkels werd volgens de topman winst geboekt. "Ons besluit is dus niet ingegeven door economische noodzaak, maar was echt een uitvloeisel van onze strategische keuze."

De retailer focust zich daarnaast op een groei van de online omzet, door er een belangrijk speerpunt van te maken in de communicatie naar klanten. Het online aandeel groeide in zes jaar van nul naar veertien procent en zal de komende drie jaar doorgroeien naar 22 à 23 procent. Er zijn volgens Colauto voorbeelden op de wereld waar het online aandeel al veertig procent bedraagt. "Dat is geen doel an sich, maar je moet groei wel faciliteren."